A graphic showing three award certificates from MRTK (Media Research and Tracking Company) for the year 2019. The certificates are for 'Mein Geld' (Print), 'Mein Geld' (TV), and 'Mein Geld TV' (TV). Each certificate awards a '1. Platz' (1st place) for 'Reichweite' (Reach) and 'Experten-Kompetenz' (Expert Competence). The certificates are displayed against a background of a smiling man in a suit and glasses.

MRTK Mediaanalyse 2019, Sie haben gewählt:

- 1. Platz Reichweite Newsletter (2x p. Monat)
- 1. Platz Reichweite Print (5x p.a.)
- MGTV: Experten-Kompetenz hervorragend

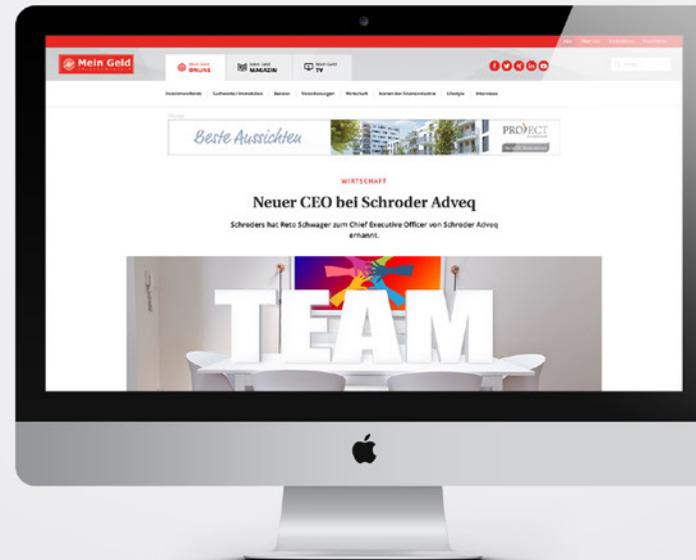
Vielen Dank!

MEDIADATEN MEIN GELD ONLINE 2020

PREISE GÜLTIG AB 01.01.2020

MEIN GELD MEDIENGRUPPE

MEIN GELD ONLINE



MEIN GELD TV



INHALT

Zielgruppen	03	Vertriebs-News	08
Reichweite	04	Newsletter	09
Bannerformate	05	Kontakt	10
Partnerbox	06	Allgemeine Geschäftsbedingungen	11
Opinion Leaders	07		

ZIELGRUPPEN

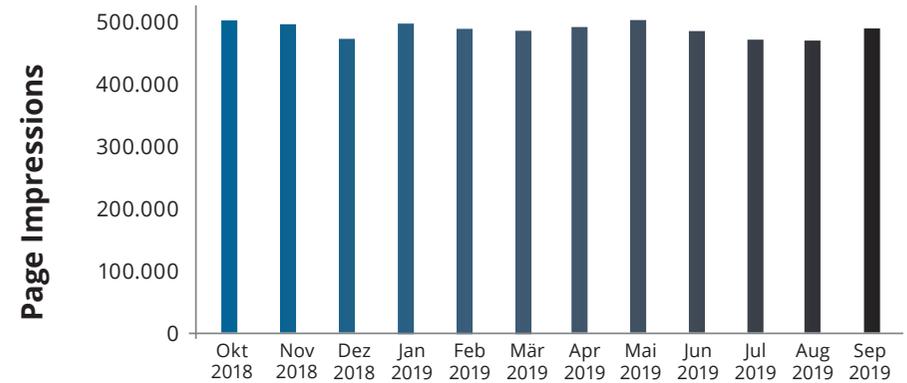
Sie erreichen mit dem Wirtschaftsmagazin Mein Geld jenes kaufkräftige Klientel, welches sich für Ihre Produkte interessiert und sich diese auch leisten kann. Unsere Leser nutzen die Dienstleistungen Ihrer Branche in starkem Maße und haben ein überdurchschnittlich hohes, frei verfügbares Einkommen. Für Finanzdienstleister und Maklerpools ist Mein Geld ein Obligo, da es eine Quelle für faire Partner und neue Finanzimpulse ist. Es bietet Beratern eine aktive Verkaufshilfe für sich und ihre Kunden. Mein Geld Leser finden im Magazin Nischenprodukte in jedem Segment und sind immer den Finanzmarktrends ein Stück voraus. Auch für institutionelle Leser bietet Mein Geld durch die Offene Investmentfonds Rubrik wertvolle Informationen aus der Finanzindustrie.

INFORMATIONEN / ANGEBOTE

Für nähere Informationen zu unseren einzelnen Produkten oder individuelle Angebote wenden Sie sich bitte an haegewald@mein-geld-medien.de



REICHWEITE



bis zu
1/2 Million

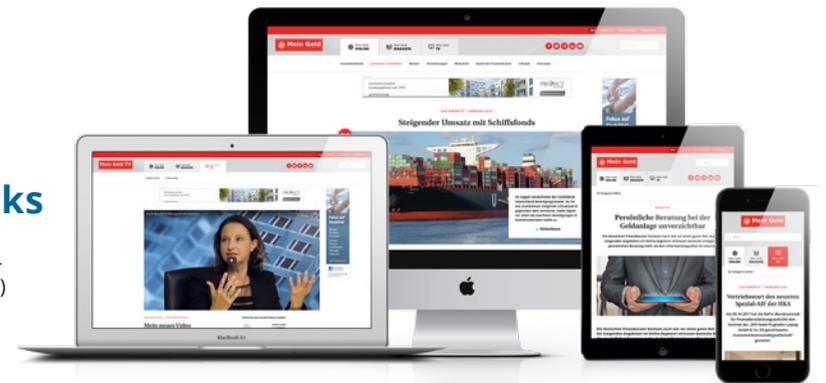
Page Impressions auf
www.mein-geld-medien.de
jeden Monat

bis zu
25.000

Unique Visitors
jeden Monat

über
60 Mio. Klicks

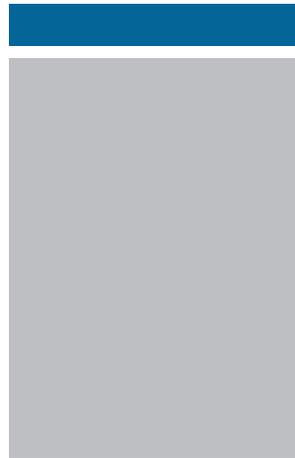
Gesamtreichweite,
Mein Geld + Koopera-
tionspartner (jährlich)



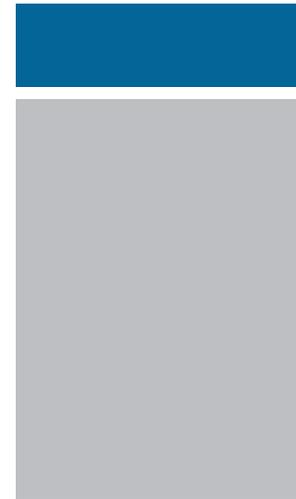
BANNERFORMATE



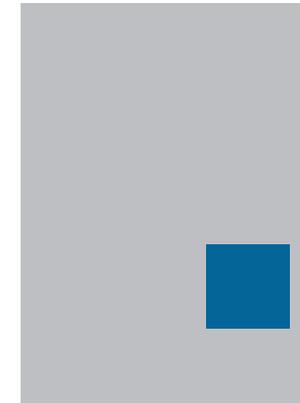
Skyscraper



Large Leaderboard



Expandable Superbanner



Rectangle

BANNERTYP	GRÖSSE (BREITE X HÖHE)	ANZEIGEBEREICH (BILDSCHIRMBREITE)	DATEIFORMAT	FESTPREIS (PRO MONAT)
Skyscraper	120 x 600 Pixel	ab 1.290 Pixel	gif / jpg	2.550 Euro
Large Leaderboard	970 x 90 Pixel	ab 1.024 Pixel	gif / jpg	2.550 Euro
Expandable Superbanner	728 x 300 Pixel	768 bis 1.023 Pixel (nur Tablet)	gif / jpg	3.500 Euro
Rectangle	300 x 250 Pixel	immer sichtbar	gif / jpg	3.100 Euro

Alle Preise zzgl. MwSt.

PARTNERBOX MIT UNTERNEHMENSSEITE

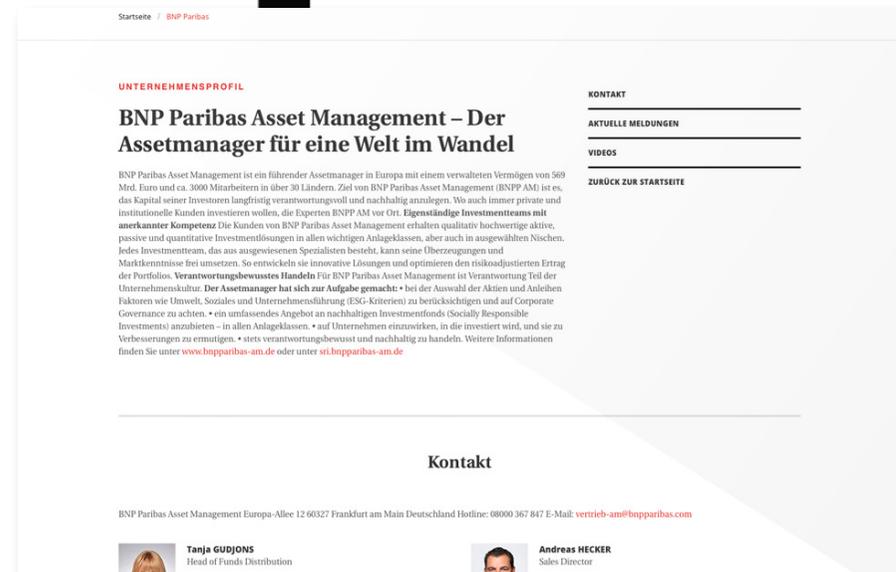
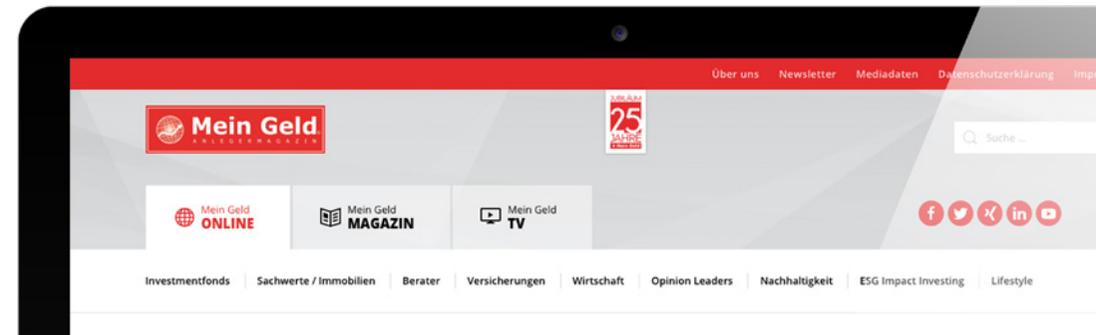
MEIN GELD PARTNERBOX

- Ihr Logo erscheint präsent neben weiteren namhaften Unternehmen im Slider „Unsere Partner“
- Sie bestimmen jederzeit in einem Baukastenformat: Ihr Unternehmensportrait, Ihre Kontaktdaten, Ihre aktuellen Meldungen, Ihr Produkt-, Fonds- oder Tarifportrait und Ihre Videos
- Und dabei profitieren Sie vom Traffic der Mein Geld Website – 500.000 Page Impressions und 25.000 Unique Visitors im Monat

INHALTE IHRER UNTERNEHMENSSEITE

1. Unternehmensprofil
2. Kontakt
3. Aktuelle Meldungen
4. Fonds / Tarife
5. Videos

Preis auf Anfrage.

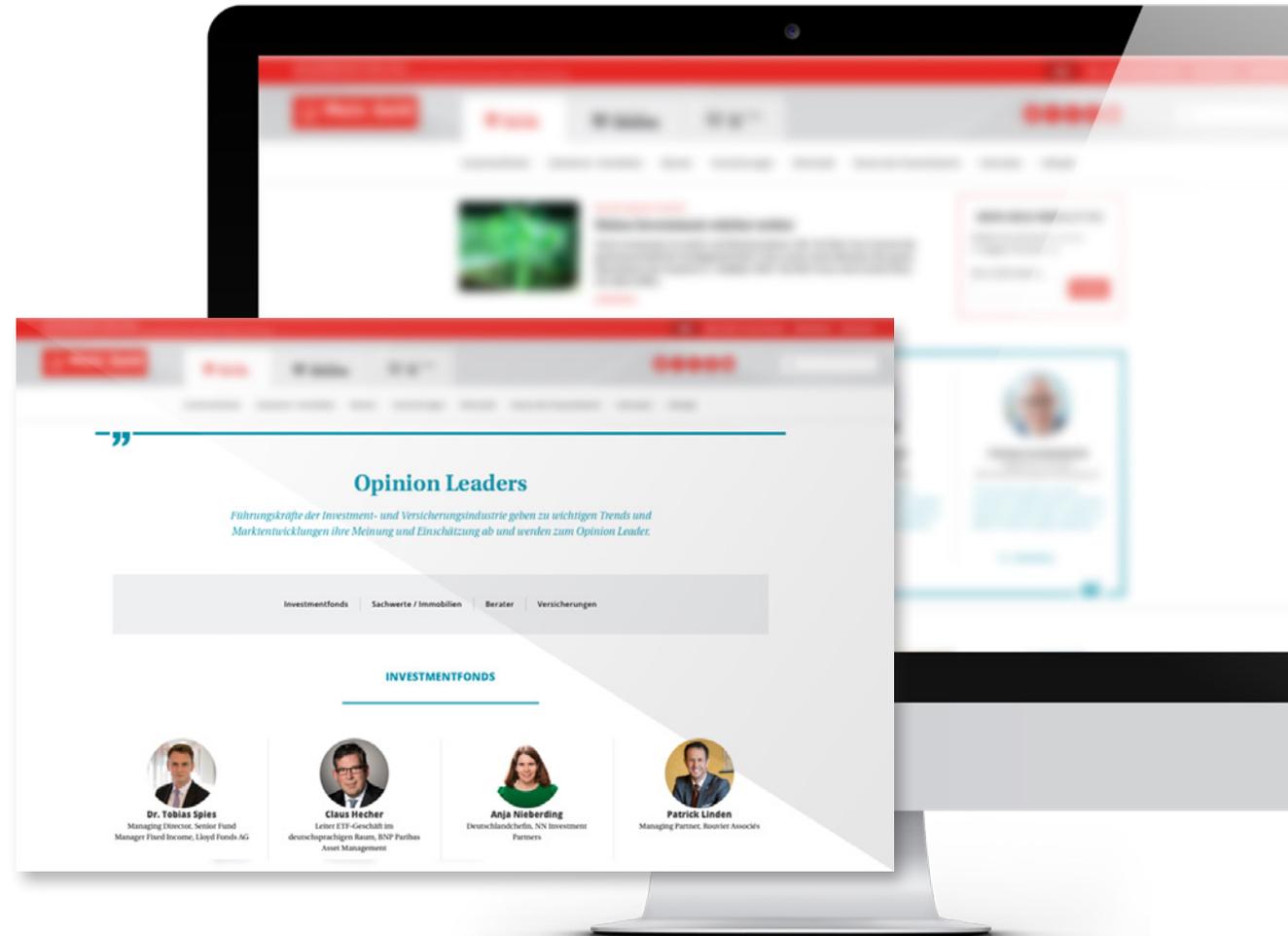


nd Finanzwerte im Wahljahr
orn

IHRE MEINUNG ZU AKTUELLEN MARKTENTWICKLUNGEN

- Führungskräfte der Investment- und Versicherungsindustrie geben zu wichtigen Trends und Marktentwicklungen ihre Meinung und Einschätzung ab und werden zum Opinion Leader
- Sie erhalten über eine Laufzeit von einem Jahr monatlich eine aktuelle und auf Sie zugeschnittene Fragestellung zu einem Thema Ihrer Wahl
- Ihre Antwort erscheint auf der Mein Geld Website, Sie profitieren von unserem Traffic – 500.000 Page Impressions und 25.000 Unique Visitors im Monat
- Die Rubrik „Opinion Leaders“ wird außerdem im Mein Geld Newsletter mit 16.000 E-Mail-Adressen und einer Öffnungsrate von 29,6 % beworben

Preis auf Anfrage.



ERREICHEN SIE IHRE ZIELGRUPPE AUF MEIN GELD UND FACEBOOK

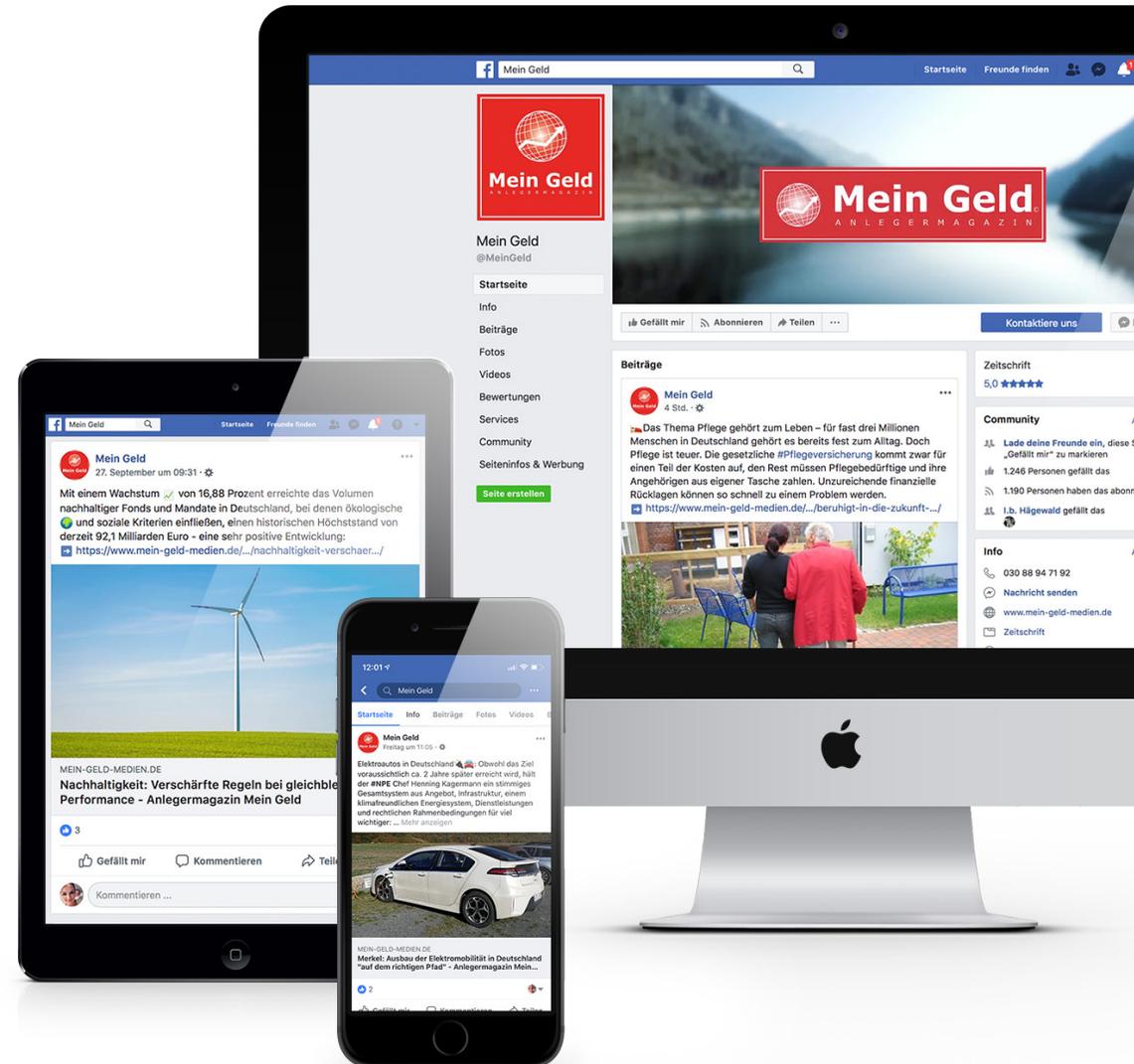
- Mein Geld Online ist eine der führenden Plattformen für Berater, Investoren und Entscheidungsträger der Finanz- und Versicherungswirtschaft
- Mindeste Reichweite auf Facebook: 30.000 User
- Zielgruppenermittlung für passgenaue Empfängergruppe
- Wir platzieren Ihren Artikel auf der Mein Geld Website
- An prominenter Stelle, mindestens 12 Stunden auf Platz 1 beim Öffnen der „Mein Geld“-Seite
- optional platzieren wir einen verlinkten Hinweis auf Ihren Artikel auf dem firmeneigenen Mein Geld Facebookprofil

PREISBEISPIEL

Veröffentlichung auf Mein Geld: **300 Euro** zzgl. MwSt.

Verlinkter Hinweis zum Beitrag auf Facebook: **200 Euro** zzgl. MwSt.

Weitere Pakete und Preise auf Anfrage.

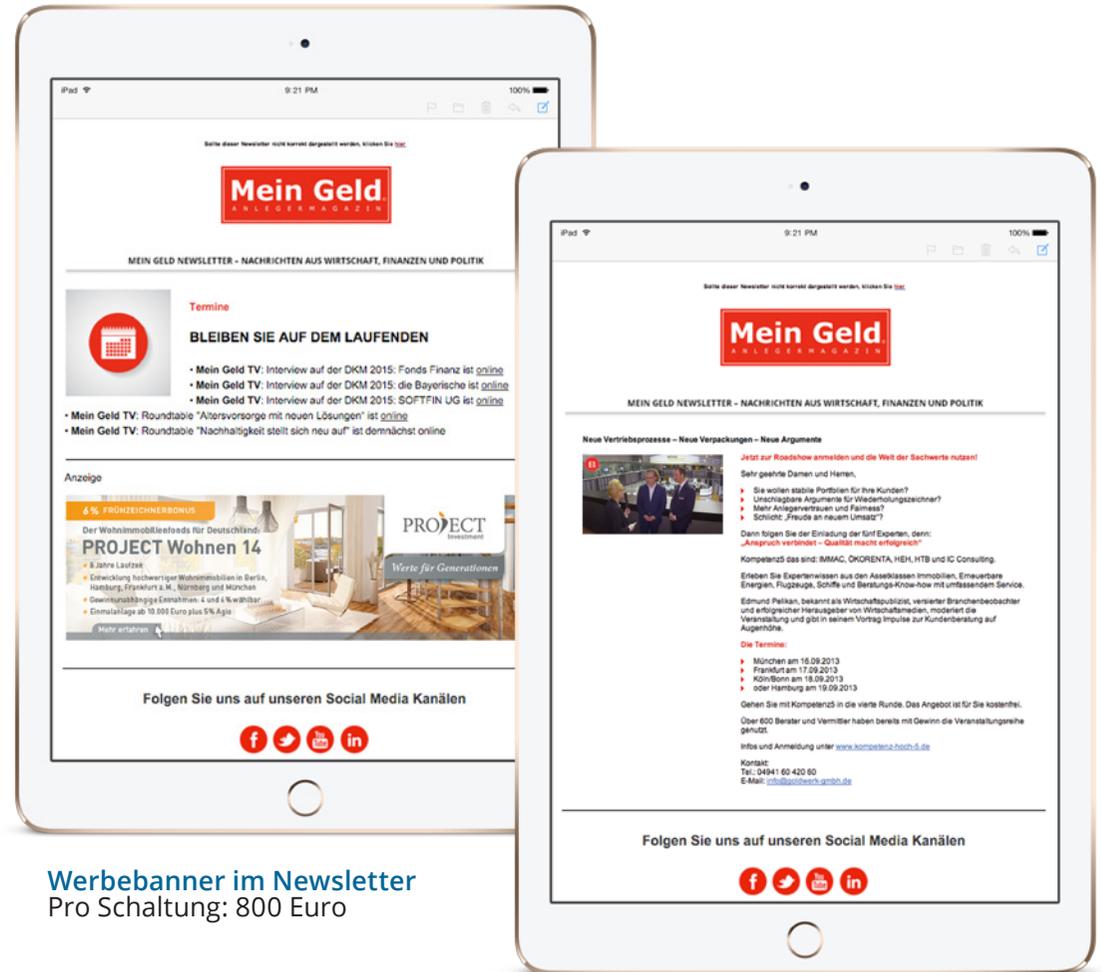


WERBEBANNER IM MEIN GELD NEWSLETTER

- integriertes Werbebanner in einem unserer regelmäßig versendeten Newsletter

STANDALONE NEWSLETTER

- ein Newsletter ganz nach Ihren Wünschen
- eigene Inhalte



Werbefbanner im Newsletter
Pro Schaltung: 800 Euro

Standalone Newsletter
Pro Schaltung: 1.000 Euro



16.000
Empfänger

29,6 %
Öffnungsrate

2,5 %
Klickrate

Alle Preise zzgl. MwSt.

VERLAG UND HERAUSGEBER

Mein Geld Medien GmbH
Friedrichstraße 133
10117 Berlin

Fon: +49 30 88 94 71 90
Fax: +49 30 88 94 71 93
info@mein-geld-medien.de

www.mein-geld-medien.de

Geschäftsführung

Blanche I. Hägewald
+49 30 88 94 71 90
haegewald@mein-geld-medien.de

REDAKTION

Redaktionsleitung

Isabelle Hägewald
+49 30 88 94 71 90
haegewald@mein-geld-medien.de

Online Redaktion

Ingo Blisse
i.blisse@mein-geld-medien.de

Laura Weger
l.weger@mein-geld-medien.de

GRAFIKDESIGN/LAYOUT PRINT/ BILDREDAKTION

Claudia Zander
+49 30 88 94 71 92
c.zander@mein-geld-medien.de

Nicole Schwarz
+49 174 7 52 64 55
n.schwarz@mein-geld-medien.de

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für die Verträge über Leistungen der Mein Geld Medien GmbH („Verlag“) in den Bereichen Print-Anzeigen, Online-Werbemittel (insoweit subsidiär zu den hierfür ggf. gesondert aufgestellten Bedingungen) und bewegtes Bild. Für Print-Anzeigen gelten daneben die jeweils aktuellen Mediadaten Print. Für Online-Werbemittel gelten daneben die jeweils aktuellen Mediadaten Online. Daneben gelten die dem Kunden für das jeweilige Format überlassenen Mediadaten und Konzeptunterlagen.

2. Entgegenstehende oder abweichende Bedingungen des Auftraggebers finden keine Anwendung, es sei denn, der Verlag hat ihrer Geltung ausdrücklich in Textform zugestimmt. Es gelten auch dann ausschließlich die Bedingungen des Verlages, wenn der Verlag in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Bedingungen des Auftraggebers die Leistung vorbehaltlos ausführt.

A. Print-Anzeigen

3. Es gilt die bei Vertragsschluss aktuelle Anzeigenpreisliste des Verlages. Preise, Aufschläge und Nachlässe werden für alle Auftraggeber einheitlich berechnet. Bei allgemeinen Änderungen der Preisliste ist der Verlag berechtigt, die vereinbarten Preise für noch nicht erschiene Anzeigen in gleicher Weise zu ändern.

4. Der Verlag gewährt die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe für alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen eines Werbungstreibenden. Wird ein Auftrag aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht ausgeführt, so hat der Auftraggeber unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten dem Verlag die Differenz zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme

entsprechenden Nachlass zu erstatten.

5. „Anzeigenauftrag“ im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder anderer Werbemittel (nachfolgend insgesamt als „Anzeigen“ bezeichnet) eines Werbungstreibenden oder sonstigen Inserenten („Auftraggeber“) zum Zweck der Verbreitung.

6. In einen Anzeigenauftrag können alle innerhalb eines Jahres erscheinenden Anzeigen einbezogen werden. Die Laufzeit des Anzeigenauftrages beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige.

7. Platzierungsanweisungen des Auftraggebers sind nur gültig, wenn sie vom Verlag schriftlich bestätigt worden sind.

8. Anzeigen werden in bestimmten Ausgaben und an bestimmten Plätzen nur aufgenommen, wenn Auftraggeber und Verlag sich hierauf in Textform (einschließlich E-Mail) geeinigt haben.

9. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

10. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge nicht anzunehmen, deren Inhalte gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen, oder die wegen ihres Inhaltes, ihrer Herkunft oder technischen Form den einheitlichen Grundsätzen des Verlages widersprechen oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Trifft eine dieser Voraussetzungen auf einzelne Anzeigen im Rahmen eines Anzeigenauftrages zu, so ist der Verlag berechtigt, nach seiner Wahl die Anzeige bis zu einer Korrektur zurückzustellen oder die Anzeige abzulehnen. Der Gesamtabschluss

bleibt von einer solchen Ablehnung einzelner Anzeigen unberührt. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

11. Die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeigen verbleibt beim Auftraggeber. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob sie Rechte Dritter und/oder gesetzliche Vorschriften (z. B. Wettbewerbs-, Urheber-, Presserecht) verletzen. Der Auftraggeber hat den Verlag von Ansprüchen freizustellen, die Dritten aus der Ausführung des Auftrags gegen den Verlag erwachsen. Einen Schaden, der dem Verlag aus der Ausführung des Auftrags durch Ansprüche Dritter (z. B. Anspruch auf Abdruck einer Gegendarstellung oder Ansprüche wegen fehlender Bildrechte) entsteht, hat der Auftraggeber zu ersetzen.

12. Bei PR-Texten behält sich der Verlag formale Änderungen vor (z. B. Schriftart und -größe), um Layout-Vorgaben einzuhalten. Beilagen- und Beihefteraufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend.

13. Anzeigen, die sich in Bild, Text oder Aufmachung auf „MeinGeld“ beziehen, kann der Verlag in der Regel nicht aufnehmen.

14. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an.

15. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

16. Der Auftraggeber hat, soweit dies nicht von ihm selbst zu vertreten ist, bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige. Der Anspruch besteht nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige innerhalb der garantierten verkauften Auflage beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung.

17. Für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie für Schäden, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruhen, haftet der Verlag nach den gesetzlichen Vorschriften. Für Schäden, die auf einer leicht fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten beruhen, haftet der Verlag begrenzt auf Ersatz des vertragstypischen, vorhersehbaren Schadens. Sonstige Schadensersatzansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen. Die Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes bleiben unberührt. Für Schäden aus höherer Gewalt, Streik oder anderen Umständen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, haftet der Verlag nicht.

18. Beim Abschluss über mehrere Anzeigen hat der Auftraggeber im Falle einer Auflagenminderung einen Anspruch auf Preisermäßigung, wenn eine Auflagenhöhe zugesichert ist und diese um mehr als 20 v. H. sinkt. Der Anspruch auf Preisermäßigung ist ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

19. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit zurückgesandter Probeabzü-

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

ge oder Andrucke und der dazu gegebenenfalls vermerkten Korrekturangaben. Wenn der Auftraggeber den ihm übermittelten Korrekturabzug nicht innerhalb der ihm gesetzten Frist zurückgibt, gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.

20. Rechnungen sind sofort nach Erhalt zur Zahlung fällig. Bei Zahlungen innerhalb von 3 Tagen werden 2 % Skonto gewährt, sofern keine älteren Rechnungen offen sind.

21. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlungen verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf das ursprünglich vereinbarte Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

22. Kosten für erhebliche Änderungen einer ursprünglich vereinbarten Ausführung und für die Lieferung bestellter Druckunterlagen gehen zu Lasten des Auftraggebers.

23. Mängelhaftungs- und Schadenersatzansprüche gegen den Verlag verjähren innerhalb von zwölf Monaten ab Lieferung bzw. Veröffentlichung. Beanstandungen von Mängeln – mit Ausnahme von versteckten Mängeln – müssen dem Verlag innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung erklärt werden.

24. Nach Freigabe des Korrekturabzugs sind Sistierungen, Änderungen von Größen, Forma-

ten und der Wechsel von Farben nicht mehr möglich. Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen oder telefonisch erteilten Korrekturen haftet der Verlag nicht für die Richtigkeit der Wiedergabe. Eine Haftung wird auch nicht übernommen wenn sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat bei ungenügendem Abdruck dann keine Ansprüche. Evtl. entstehende Mehrkosten müssen weiter berechnet werden.

25. Zu Beginn einer neuen Geschäftsverbindung behält sich der Verlag vor, Vorauszahlungen bis zum Anzeigenschlusstermin zu verlangen.

26. Der Verlegernachlass auf Anzeigen für Bücher, die im Verlag des Auftraggebers erscheinen, beträgt 10 %.

27. Werbeagenturen und Werbemittler sind verpflichtet, sich mit ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen an die gültige Preisliste des Verlages zu halten. Eine vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

28. Die Bedingungen für Anzeigenaufträge gelten sinngemäß auch für Aufträge über Sonderdrucke, Advertorials, Beihefter, Beikleber oder technische Sonderausführungen.

B. Online-Werbemittel

29. Für Verträge über Online-Werbemittel (insb. Anzeigen und andere Werbeschaltungen auf der Internetpräsenz des Verlages) gelten vorrangig die hierzu gesondert aufgestellten Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

30. Im Übrigen gelten ergänzend und ent-

sprechend die vorstehenden Bedingungen für Print-Anzeigen.

31. Der Verlag behält sich vor, für Werbeaner aus Platzgründen ein Rotationsverfahren festzulegen.

C. Bewegtes Bild

32. Paketangebote des Verlages, die neben unentgeltlichen Leistungen im Bereich bewegtes Bild entgeltliche Leistungen, insbesondere Anzeigenaufträge, umfassen, können nur als Gesamtpaket der entgeltlichen und unentgeltlichen Leistungen gebucht werden. Die Annahme des Paketangebots erfasst daher stets auch den entgeltlichen Teil.

33. Leistungen des Verlages im Bereich bewegtes Bild bedürfen aufwendiger Planung und Vorbereitung. Sofern die Teilnahme einer vom Auftraggeber benannten Person an einer Videoproduktion (z. B. Aufzeichnung einer Roundtable-Diskussion, Frankfurter Kreis Finanztalk usw.) Vertragsbestandteil ist, ist der Auftraggeber daher für die Mitwirkung des Teilnehmers verantwortlich. Über eine Verhinderung des Teilnehmers hat der Auftraggeber den Verlag spätestens vier Wochen vor dem Zeitpunkt der Mitwirkung (z. B. Tag der Aufzeichnung), frühestens aber drei Werktage nach Bekanntgabe des Zeitpunktes der Mitwirkung durch den Verlag zu informieren. Der Auftraggeber hat zugleich einen geeigneten und qualifizierten Ersatzteilnehmer zu benennen. Ein geeigneter und qualifizierter Ersatzteilnehmer ist auch zu benennen, wenn der vorgesehene Teilnehmer kurzfristig verhindert ist.

34. Der Auftraggeber haftet für Schäden, die dem Verlag aus der vom Auftraggeber zu ver-

trehenden Verletzung der in Nr. 33 genannten Obliegenheiten entstehen. Die nicht rechtzeitige Benennung eines Ersatzteilnehmers sowie ein Verschulden der von ihm benannten Teilnehmer hat der Auftraggeber in jedem Fall zu vertreten.

35. Die Verhinderung eines Teilnehmers berechtigt den Auftraggeber nicht, sich vom Vertrag zu lösen, es sei denn, sie ist vom Verlag zu vertreten. Anspruch auf die ersatzweise Teilnahme an einer anderen Videoproduktion besteht nicht.

D. Allgemeines

36. Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages, soweit nicht gesetzlich etwas anderes zwingend vorgeschrieben ist.

37. Es findet ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung.